



20 Minuten für eine Visitenkartenbestellung: Firmen verschwenden Zeit mit Kleinkram

- Neue Studie: Großes Optimierungspotenzial, geringes Problembewusstsein

Wie werden Visitenkarten in großen und mittleren Firmen beschafft? Dazu befragte das FOCUS Institut Marketing Research 100 Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Eines der markantesten Ergebnisse: Der interne Zeitaufwand für die Kärtchen ist oft riesengroß, der Leidensdruck dennoch erstaunlich gering.

Pro Visitenkarten-Sorte - also pro Name - wendet jedes zweite Unternehmen mehr als 20 Minuten Arbeitszeit auf. 5 Minuten investiert der einzelne Bedarfsträger, weitere 15 Minuten gehen für das zentrale Sammeln, Weiterleiten, Bestellen, Korrigieren und Freigeben drauf.

Interne Kosten ab 10 Euro pro Sorte

"Ein erschreckend hoher Aufwand", meint Kurt Egger, Geschäftsführer des Visitenkartenanbieters www.prinux.com, der die Studie in Auftrag gegeben hat. "Schon bei einem Stundensatz von 30 Euro bedeutet das interne Beschaffungskosten von 10 Euro pro Visitenkartensorte."

Sammelbestellungen und E-Mails als Zeitfresser

Wie kommen die 20 Minuten Arbeitszeit zustande? Die Studie liefert dazu mehrere Hinweise: Rund zwei Drittel der Firmen bestellen ihre Visitenkarten nicht beim Spezialisten, sondern bei klassischen Druckereien. Diese jedoch können einzelne Kleinstaufträge kaum zu erträglichen Kosten produzieren, daher gibt es Sammelbestellungen: 39 % der Firmen ordern in fixen Zeitabständen, 38 % warten, bis eine bestimmte Menge zusammenkommt - mit entsprechend hohem internem Koordinationsaufwand und langen Wartezeiten. Druckereien, die nicht auf Visitenkarten spezialisiert sind, stellen dafür meist auch keine optimierten Tools zur Verfügung. Statt dessen läuft die Kommunikation per E-Mail - ein weiterer Zeitfresser, insbesondere bei Korrekturen und Freigaben.

90 % Zeitersparnis

Lösungen, um die Abläufe zu beschleunigen, werden am häufigsten bei Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitern eingesetzt: Immerhin 38 % der Großen bestellen bei Online-Anbietern.

"Der Trend geht also schon in Richtung Spezialisten - es gibt aber noch bei vielen Firmen Optimierungsbedarf", resümiert [prinux](http://www.prinux.com)-Geschäftsführer Kurt Egger und verweist auf die Vorteile webbasierter Bestellplattformen: "Da braucht man oft keine zwei Minuten pro Sorte." 90 % der Arbeitszeit sei einzusparen, rechnet Egger vor, also 9 Euro oder mehr.

Einsparpotenzial nicht bewusst

Noch scheint vielen Unternehmen dieses Einsparpotenzial aber wenig bewusst zu sein. Mit dem aktuellen Beschaffungsweg für Visitenkarten sind die Befragten nämlich überaus zufrieden (Mittelwert: 8,9 auf einer 10-teiligen Skala). "Viele lieben die gewohnten Abläufe und nehmen die Zeitverschwendung mit Sammelbestellungen, E-Mail und Co in Kauf", meint Kurt Egger.

Online-Anbieter mit optimierten Prozessen für Geschäftsdrucksachen haben also noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten. Egger ist aber optimistisch: "Gerade beim so genannten Kleinkram wie Visitenkarten müssen die Abläufe passen, sonst kostet der Bestellvorgang mehr als das Produkt selbst. Ich bin aber sicher, dass früher oder später jedes Unternehmen für effiziente Beschaffungsvorgänge zu begeistern ist."

Pressekontakt

prinux ag

Herr Klaus Lerch
Starenstrasse 2
4059 Basel

prinux.com
klaus.lerch@prinux.com

Firmenkontakt

prinux ag

Herr Klaus Lerch
Starenstrasse 2
4059 Basel

prinux.com
klaus.lerch@prinux.com

www.prinux.com ist einer der großen Spezialanbieter für Visitenkarten und andere Geschäftsdrucksachen. Die [prinux GmbH](http://www.prinux.com) mit Sitz in Wien und die [prinux ag](http://www.prinux.com) in Basel beliefern mehr als 1.400 Unternehmen und Organisationen in ganz Europa. Während die meisten Online-Druckereien ein sehr breites

Sortiment führen und auch Privatkunden als Zielgruppe sehen, konzentriert sich prinix konsequent auf Geschäftsdrucksachen.

Wie Unternehmen ihre Visitenkarten kaufen

Die aktuelle Situation



1 von 3

mittleren und großen Unternehmen bestellt Visitenkarten bei Online-Druckereien bzw. Visitenkarten-Spezialisten.

79%
der internen und 71 % der externen Kommunikation bei der Visitenkarten-Beschaffung läuft derzeit per E-Mail.



20



Minuten Arbeitszeit oder mehr wendet jedes zweite Unternehmen* für das Anfordern, Sammeln, Weiterleiten, Bestellen, Kontrollieren und Freigeben von Visitenkarten auf – und zwar pro Name.



10€

oder mehr kostet somit die Beschaffung einer Sorte Visitenkarte zusätzlich zu den Druck- und Lieferkosten**

Die Rolle der Visitenkarte

7% glauben, dass es gedruckte Visitenkarten bald nicht mehr geben wird.

59%

sehen Visitenkarten als relevantes Marketing-Instrument oder als Imageträger.



9% halten sie für ein notwendiges Übel.

Die Wünsche der Unternehmen

72% legen großen Wert auf einfache Bestellvorgänge.



57% beurteilen den Druckpreis der Visitenkarten als wichtiges Kriterium.



74%

halten kurze Lieferzeiten von Visitenkarten für besonders wichtig – damit hat Tempo die Top-Priorität in der Beschaffung.

Das Potenzial von Online-Plattformen



2

Minuten (statt 20) dauert die Beschaffung mit B2B-Tools von Visitenkarten-Spezialisten.***